

Д 44.877.02 ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВІДГУК**офіційного опонента на дисертаційну роботу****Шабельник Тетяни Володимирівни**

на тему «Моделі маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством», подану до спеціалізованої ради Д 44.877.02 у ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» Міністерства освіти і науки України на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці

1. Актуальність, мета та задачі дослідження.

В дисертаційній роботі Шабельник Тетяни Володимирівни «Моделі маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством» вирішено актуальну наукову задачу розробки методології моделювання маркетинго-орієнтованого управління підприємством, яка враховує узгодження процесів формування динамічних запасів та динамічного асортименту товарів, що має суттєве значення для підвищення ефективності функціонування фармацевтичного підприємства.

Наявність великої кількості суб'єктів, поділ на конкурентні сегменти вітчизняних та зарубіжних виробників фармацевтичних товарів, диверсифікація закупівель є об'єктивними факторами значної конкуренції на вітчизняному фармацевтичному ринку.

Потужне конкурентне середовище змушує вітчизняні фармацевтичні підприємства посилювати маркетингову орієнтацію своєї діяльності, що обумовлює необхідність розробки нових методів і моделей маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством.

Роботу виконано в рамках наукових досліджень кафедри економічної кібернетики ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», у яких здобувач брав участь як виконавець, зокрема: «Стратегічні аспекти підвищення ефективності функціонування підприємств регіону» (№ д/р 0108U001735, 2008–2017 рр.), «Моделі і механізми соціально-економічного розвитку підприємств при стратегічному управлінні» (№ д/р 0113U002587, 2013–2015 рр.), «Інноваційна модель розвитку підприємств регіону в умовах економічних трансформацій» (№ д/р 0110U007159, 2011–2020 рр.).

У зв'язку з викладеним вище, обґрунтування теоретико-методологічних аспектів моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством є особливо актуальним.

Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних засад та концептуальних положень моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством та комплексу

ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ»	
Відомості про дисертанта	27-21/1
Відомості про дисертацію	10-20/7
Кількість аркушів	15
Основн. док.м.	додат. -

економіко-математичних методів і моделей, як підґрунття для прийняття виважених управлінських рішень, спрямованих на зростання економічної ефективності фармацевтичного підприємства.

Відповідно до мети в дисертаційній роботі було поставлено та вирішено наступні завдання: проведено аналіз динаміки ключових показників кон'юнктури сучасного фармацевтичного ринку України; удосконалено поняття категоріального апарату фармацевтичного ринку України, структуру якого складають об'єкти та суб'єкти у процесі взаємодії; уточнено класифікацію типів фармацевтичних підприємств, які діють на сучасному вітчизняному фармацевтичному ринку за основними бізнес-процесами; удосконалено класифікацію фармацевтичних товарів за ознакою їх впливу на бізнес-процеси маркетинго-орієнтованого управління, які відрізняють їх від товарів масового споживання; проведено аналіз моделей та методів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством; удосконалено принципи моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством; розроблено концепцію моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством; розроблено комплекс економіко-математичних моделей управління роздрібною мережею фармацевтичного підприємства; розроблено системно-динамічну модель управління динамічними запасами фармацевтичних товарів; розроблено системно-динамічну модель контролю бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством; запропоновано функціональну модель бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством; запропоновано концептуальний підхід до формування інформаційної системи підтримки прийняття рішень в маркетинго-орієнтованому управлінні фармацевтичним підприємством; запропоновано інфологічну модель інформаційної системи підтримки прийняття рішень в маркетинго-орієнтованому управлінні фармацевтичним підприємством; проведено реалізацію комплексу моделей маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством; досліджено особливості впровадження комплексу моделей маркетинго-орієнтованого управління в діяльність фармацевтичного підприємства; запропоновано метод інформаційної підтримки оцінки економічного ефекту від впровадження концепції моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством.

До переваг проведеного дослідження слід віднести оригінальність, а також його комплексність та структурованість.

2. Новизна та обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій.

До найбільш суттєвих результатів дисертаційного дослідження, які в сукупності вирішують наукову проблему розробки методології економіко-математичного моделювання маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, належать такі:

2.1. Розроблено концепцію моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством (с. 122–143).

Сутність результату. Концепція моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством ґрунтується на методологічних засадах теорії маркетингу, економіко-математичних методах оптимізаційного, адаптивного та логістичного управління, реалізація якої дозволяє за рахунок безперервного моніторингу та ефективного розвитку бізнес-процесів фармацевтичного підприємства підвищити його прибутковість у довгостроковій перспективі.

Наукова новизна результату визначається тим, що моделювання передбачає запровадження методів компенсації негативного впливу факторів попиту на процес реалізації фармацевтичних товарів різних кластерів за рахунок розробки та впровадження відповідних маркетингових стратегій та коригування бізнес-процесів управління динамічним асортиментом фармацевтичних товарів і динамічними запасами фармацевтичних товарів з використанням системно-динамічних моделей контролю бізнес-процесів фармацевтичного підприємства.

Обґрунтованість наукового результату полягає в тому, що згідно до розробленої концепції підвищення прибутковості фармацевтичного підприємства відбуватиметься за рахунок визначення термінів часу потенційних величин зростання маржинального доходу від реалізації динамічного асортименту фармацевтичних товарів та зниження витрат на зберігання динамічних запасів фармацевтичних товарів при реалізації функцій контролю бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством. Такий підхід дозволяє створити систему моніторингу та пошуку додаткових резервів для підвищення ефективності функціонування фармацевтичного підприємства.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Shabelnik T. V. The concept of modeling business processes of the marketing-oriented pharmaceutical enterprise management / T. V. Shabelnik // Икономическите перспективи в глобалната криза: Събрани статии. – Академично издателство на Аграрния университет Пловдив, България, 2015. – С. 282–292.

2. Шабельник Т. В. Оптимізація інвестиційних процесів фінансових установ / Т. В. Шабельник. // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2008. – Вип. 25. Т.2. – С. 245–250.

3. Шабельник Т. В. Методи оптимізації інвестиційного ризику / Т. В. Шабельник, Н. М. Спіцина // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – Вип. 30. Т.1. – С. 254–259. (Особистий внесок здобувача: розроблено модель оптимізації інвестиційного ризику підприємства).

4. Шабельник Т. В. Підхід до визначення оптимальної маркетингової стратегії / Т. В. Шабельник // I Міжнародна науково-практична конференція "Україна – Чорногорія: економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці". – Чорногорія, 2012. – С. 246–247.

5. Шабельник Т. В. Аналіз маркетинго-орієнтованих підходів управління бізнес-процесами фармацевтичного підприємства / Т. В. Шабельник // II Міжнародна науково-практична конференція "Україна – Чорногорія: економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці". – Чорногорія, 2013. – С. 188–191.

Зауваження.

У концептуальній схемі моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством (с. 125, рис. 2.8) варто було б визначити вплив підсистеми формування динамічних запасів фармацевтичних товарів та підсистеми формування динамічного асортименту фармацевтичних товарів на бізнес-процеси маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, пояснити змістовну різницю між загальними стрілками в схемі та стрілками, що позначені пунктиром.

2.2. Розроблено модель класифікації динамічного асортименту фармацевтичних товарів (с. 145–154).

Сутність результату. Модель класифікації динамічного асортименту фармацевтичних товарів, яку засновано на застосуванні методів кластерного аналізу та принципів організації діяльності роздрібної мережі фармацевтичного підприємства, дозволяє за рахунок побудови матриці кластерів забезпечити відповідність динамічного асортименту фармацевтичних товарів ринковому попиту і, таким чином, збільшити обсяги реалізації фармацевтичних товарів, питома вага яких у маржинальному доході фармацевтичного підприємства є найбільшою.

Наукова новизна щодо розробленої моделі класифікації динамічного асортименту фармацевтичних товарів полягає в тому, що формування функції мети та обмежень процесу кластеризації динамічного асортименту фармацевтичних товарів роздрібної мережі, а також формалізація факторів кластеризації, дає змогу зробити оптимальний розподіл об'єктів динамічного асортименту фармацевтичних товарів за однорідними кластерами для визначення ефективності процесу реалізації кожного, а також визначити найбільш вагомі кластери та розробити відповідні маркетингові стратегії.

Обґрунтованість моделювання підтверджується теоретичними розрахунками та практичною реалізацією моделі класифікації динамічного асортименту фармацевтичних товарів з використанням методів кластерного аналізу, принципів організації діяльності роздрібної мережі фармацевтичного підприємства та врахуванням особливостей фармацевтичних товарів.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Моделі та методи кластеризації товарного асортименту аптечної мережі / Т. В. Шабельник // Нове в економічній кібернетиці: сб. наук. ст. – Донецьк : «Юго-Восток», 2012. – С. 76–86.

2. Шабельник Т. В. Моделі управління роздрібною мережею фармацевтичного підприємства / Т. В. Шабельник // Проблеми економіки. – Харків : ІНЖЕК, 2014. – № 2. – С. 285–289.

Зауваження.

Залишилось не аргументованим використання методу ABC-аналізу для

визначення рівня значущості реалізації фармацевтичних товарів у маржинальному доході (вираз (3.7), с. 149).

Крім того, залишилось не зрозумілим, яким чином у рівні «Споживчі фактори» моделі класифікації динамічного фармацевтичного асортименту технологічні, соціальні та психологічні ознаки, виділені автором у підрозділі 3.1 на с. 145–146 та детально розглянуті у підрозділі 1.3 на рис. 1.10 (с. 66), знайшли своє відображення у виразах (3.1) – (3.3) при моделюванні (с. 148).

2.3. Розроблено системно-динамічну модель контролю бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством (с. 189–209).

Сутність результату. Системно-динамічну модель контролю бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством засновано на методах системного аналізу й сценарного прогнозування. Запропонований підхід за рахунок безперервного обліку, аналізу й контролю реалізації бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління сприяє мінімізації ризиків виникнення збоїв при реалізації фармацевтичних товарів та поповнення запасів фармацевтичних товарів, що призводить до скорочення витрат фармацевтичного підприємства.

Наукова новизна полягає у наданні за рахунок визначених характеристик стану оптимального маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством ознак організованої динамічної системи із зворотнім зв'язком, та виявленні відповідних відхилень від запланованого регламенту при здійсненні бізнес-процесів.

Обґрунтованість висновків та проведеного моделювання підтверджується визначеними причинно-наслідковими зв'язками імітаційної моделі контролю бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством (с. 209, рис. 3.4), що засвідчує цілісність, багатофункціональність запропонованої обліково-аналітичної системи засобів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Shabelnik T. V. Modeling Of Marketing-Oriented Management Control Business Processes Of A Pharmaceutical Company / T. V. Shabelnik // Актуальні проблеми економіки. – Київ : ТОВ «Наш формат», 2015 – № 12 (174). – С. 451–455.

2. Шабельник Т. В. Моделювання процесів управління запасами фармацевтичних товарів з використанням пакету POWERSIM / Т. В. Шабельник // Соціально-економічний розвиток країни: зарубіжний та вітчизняний досвід: зб. матеріалів міжнар. наук-практ. конф. – Вінниця: ЦДЕУП. – 2015. – С. 101–103.

Зауваження.

У визначенні ефективності бізнес-процесу маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством за часом (с. 200–201) варто було б вказати граничні значення відхилення оцінки самої тривалості бізнес-процесу T_{BP} від очікуваної величини $\sigma_{T_{BP}}$ (с. 201, вираз 3.79).

2.4. Удосконалено категоріальний апарат, який уточнює характеристики об'єктів та суб'єктів фармацевтичного ринку згідно з їх класифікаційними групами (с. 33–39).

Сутність результату. Категоріальний апарат уточнює характеристики об'єктів та суб'єктів фармацевтичного ринку згідно з їх класифікаційними групами та розкриває сутність маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством з точки зору концепції системного управління з урахуванням принципів маркетингу для локалізації відповідних бізнес-процесів.

Наукова новизна. Дано інноваційні визначення категоріям: «фармацевтичний ринок», «фармацевтичні товари», «динамічний асортимент фармацевтичних товарів», «фармацевтичні послуги», «обов'язкові взаємодоповнюючі фармацевтичні товари», «динамічні запаси фармацевтичних товарів», виділено основні групи об'єктів сучасного фармацевтичного ринку, сформульовано визначення типів фармацевтичних підприємств: «фармацевтична виробничо-торговельна корпорація», «фармацевтичний виробничо-торговельний холдинг», «фармацевтичне виробничо-торговельне підприємство», «виробничо-фармацевтичне підприємство», «мережа аптек», «аптека», «фармацевтичний дистриб'ютор» та подано їх класифікацію за ознакою основні бізнес-процеси.

Обґрунтованість. Сформульовані визначення, слідства з них та класифікація типів фармацевтичних підприємств є авторськими та складають частину аксіоматики щодо ефективного управління фармацевтичним підприємством.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Сучасний стан фармацевтичного ринку України / Т. В. Шабельник // Економіст: науковий та громадсько-політичний журнал. – Київ, 2013. – № 4. – С. 40–42.

2. Шабельник Т. В. Тенденції розвитку фармацевтичного ринку України / Т. В. Шабельник // Україна: схід – захід – проблеми сталого розвитку: матеріали другого туру Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Львів: РВВ НЛТУ України, 2011. – Т. 1. – С. 272–274.

3. Шабельник Т. В. Механізми бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління на фармацевтичному ринку / Т. В. Шабельник // Бізнес-інформ. – Харків : ХНЕУ, 2014. – № 4 (435). – С. 449–453.

4. Шабельник Т. В. Особливості бізнес-процесу «управління транспортуванням фармацевтичних товарів» / Т. В. Шабельник // Матеріали XIX Міжнародної науково-методичної конференції «Проблеми економічної кібернетики 2014» // Збірник наукових праць. – Полтава, 2014. – С. 115–117.

5. Шабельник Т. В. Класифікація основних суб'єктів та об'єктів сучасного фармацевтичного ринку України / Т. В. Шабельник // Бізнес-інформ. – Харків: ХНЕУ, 2016. – №4 (459). – С. 289–293.

Зауважень немає.

2.5. Удосконалено теоретико-методичний підхід до визначення класифікаційних ознак фармацевтичних товарів (с. 65–78).

Сутність результату. Теоретико-методичний підхід до визначення класифікаційних ознак фармацевтичних товарів базується на узагальненні характеристик фармацевтичних товарів та враховує зв'язки даних характеристик з бізнес-процесами маркетинго-орієнтованого управління.

Наукова новизна полягає у визначенні класифікаційних ознак фармацевтичних товарів, які надають змогу визначити джерела впливу на сукупний економічний результат діяльності фармацевтичного підприємства.

Обґрунтованість. Використання теоретико-методичного підходу до визначення класифікаційних ознак фармацевтичних товарів дає змогу врахувати впливи особливостей фармацевтичних товарів на бізнес-процеси маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством за ознаками: законодавчі, технологічні, соціальні, психологічні, економічні, а також визначити економічні результати цих впливів.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Аналіз впливу особливостей фармацевтичних товарів на бізнес-процеси маркетинго-орієнтованого управління / Т. В. Шабельник // Економіст: науковий та громадсько-політичний журнал. – Київ, 2013. – № 11. – С. 46–48.

2. Шабельник Т. В. Сучасний стан фармацевтичного ринку України / Т. В. Шабельник // Економіст: науковий та громадсько-політичний журнал. – Київ, 2013. – № 4. – С. 40–42.

Зауважень немає.

2.6. Удосконалено принципи моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством (с. 111–121).

Сутність результату. Шляхом узгодження теоретичних та практичних аспектів розвитку фармацевтичної галузі й особливостей застосування методів економіко-математичного моделювання сформульовано принципи моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством.

Наукова новизна. Врахування принципів моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством дозволяє за рахунок систематизації процесу реалізації маркетинго-орієнтованого підходу до управління підвищити ефективність функціонування фармацевтичного підприємства.

Обґрунтованість. Використання принципів моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством при побудові системи маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством сприяє підвищенню ефективності його функціонування за рахунок систематизації процесу реалізації маркетинго-орієнтованого підходу до управління.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Основні принципи маркетингово-орієнтованого управління фармацевтичним ринком / Т. В. Шабельник // Економіст: науковий та громадсько-політичний журнал. – Київ, 2014. – №4 (330). – С. 61–62.

2. Шабельник Т. В. Основні принципи моделювання бізнес-процесів маркетингово-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством [Електронний ресурс] / Т. В. Шабельник // Фінансовий простір: міжнародний науково-практичний журнал. – Київ, 2015. – № 1(17). – С. 298–304. – Режим доступу : <http://fp.cibs.ck.ua/files/1501/15stvopm.pdf>.

Зауваження.

При формалізації принципу прийняття маркетингово-орієнтованих управлінських рішень з урахуванням прогностичних ситуаційних досліджень динаміки фармацевтичного ринку у виразі (2.4) на с. 115 доцільно було б включити множину соціальних та психологічних впливів.

2.7. Удосконалено комплекс економіко-математичних моделей управління роздрібною мережею фармацевтичного підприємства (с. 156–168).

Сутність результату. Деталізовано та комплексно сформовано комплекс економіко-математичних моделей управління роздрібною мережею фармацевтичного підприємства, в основу якого покладено застосування методів оптимізації з урахуванням співвідношення динаміки попиту на фармацевтичні товари з термінами їх реалізації споживачам.

Наукова новизна полягає в тому, що проведене вдосконалення дозволяє визначити найефективніші маркетингові стратегії управління кластерами фармацевтичних товарів з метою збільшення маржинального доходу фармацевтичного підприємства.

Обґрунтованість. На основі моделей визначення оцінки ефективності реалізації кластерів фармацевтичних товарів система управління приймає рішення щодо необхідності розробки альтернативних маркетингових стратегій або про коригування діючих маркетингових стратегій відповідних кластерів. Це створює умови для економії ресурсів управління та забезпечує надійну оцінку ефективності процесу реалізації для кожного кластеру фармацевтичних товарів як на етапі планування, так і при безпосередніх продажах фармацевтичних товарів.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Социально-экономические векторы в развитии национальных экономик: Болгария, Украина: монография / под общ. ред. А. Шубина; - Донецк: ООО «Восточный издательский дом», 2014 – 596 с. (особисто автором розроблено моделі процесів управління роздрібною мережею торговельного підприємства).

2. Шабельник Т. В. Аналіз моделей і методів оцінки впливу факторів сезонності на формування виробничо-економічних показників / Т. В. Шабельник. // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2007. – Вип. 24. – С. 221–227.

3. Шабельник Т. В. Моделювання процесів управління товарним асортиментом за критерієм максимізації маржинального доходу / Т. В. Шабельник // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. – Донецьк:

ДонНУЕТ, 2012. – Вип. 33. – С. 520–526.

4. Шабельник Т. В. Моделі та методи управління асортиментом і просуванням фармацевтичних товарів / Т. В. Шабельник // Бізнес-інформ. – Харків: ХНЕУ, 2014. – № 5 (436). – С 402–407.

5. Шабельник Т. В. Моделі управління роздрібною мережею фармацевтичного підприємства / Т. В. Шабельник // Проблеми економіки. – Харків: ІНЖЕК, 2014. – №2. – С. 285–289.

6. Шабельник Т. В. Підхід до визначення оптимальної маркетингової стратегії / Т. В. Шабельник // I Міжнародна науково-практична конференція "Україна – Чорногорія: економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці". – Чорногорія, 2012. – С 246–247.

Зауваження.

Не визначено, якою функцією задається прогнозований попит $G^{pr}(t)$ у нерівності виразу (3.47) (с. 165).

2.8. Дістала подальшого розвитку системно-динамічна модель управління динамічними запасами фармацевтичних товарів (с. 168–189).

Сутність результату. Розвинуто системно-динамічну модель управління динамічними запасами фармацевтичних товарів, що спирається на синтез теорії управління запасами та методу моделювання – системної динаміки.

Наукова новизна полягає в тому, що зазначене вище поєднання дозволяє за рахунок врахування фактору випадковості попиту на фармацевтичні товари та аналізу стану їх запасів у режимі реального часу не допустити виникнення дефіциту у системі управління запасами і скоротити сумарні витрати фармацевтичного підприємства.

Обґрунтованість підтверджується результатами імітаційної моделі управління запасами фармацевтичних товарів, що сприяють вдосконаленню асортиментної та комунікаційної політики фармацевтичного підприємства та створенню бази для підвищення його конкурентоспроможності.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Системно-динамическая модель управления запасами фармацевтических товаров / Т. В. Шабельник // Современный научный вестник. – Белгород: ООО «Руснауцкнига», 2014. – №25 (221). – С. 90–97.

2. Шабельник Т. В. Моделювання процесів управління запасами фармацевтичних товарів з використанням пакету POWERSIM / Т. В. Шабельник // «Соціально-економічний розвиток країни: зарубіжний та вітчизняний досвід»: зб. матеріалів міжнар. наук-практ. конф. – Вінниця: ЦДЕУП, 2015. – С. 101–103.

Зауваження.

На с. 176 у виразі (3.60) змінною D визначено попит на фармацевтичні товари за час постачання. Але не зрозуміло, за якою функцією визначається його значення.

2.9. Дістала подальшого розвитку функціональна модель бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством (с. 213–234).

Сутність результату. Розвинуто функціональну модель бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, в основу якої покладено методологію процесного моделювання та принципи управління інформаційними потоками в процесах складних систем.

Наукова новизна полягає у подальшому розвитку функціональної моделі бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, яка дозволяє шляхом структуризації інформаційного обміну при реалізації бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління підвищити ефективність діяльності фармацевтичного підприємства.

Обґрунтованість. Функціональна модель бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством являє собою ефективний інструмент перетворення складних алгоритмів обробки великих масивів інформації для формулювання початкових умов й параметрів при побудові структури системи інформаційної підтримки прийняття рішень із вдосконалення операційного та фінансового циклів організації.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Механізми бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління на фармацевтичному ринку / Т. В. Шабельник // Бізнесінформ. – Харків: ХНЕУ, 2014. – № 4 (435). – С. 449–453.

2. Шабельник Т. В. Аналіз сучасних маркетинго-орієнтованих підходів та механізмів дослідження фармацевтичного ринку / Т. В. Шабельник // Матеріали XVI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД» // Збірник наукових праць. – Переяслав – Хмельницький, 2013. – С. 115–117.

3. Шабельник Т. В. Аналіз маркетинго-орієнтованих підходів управління бізнес-процесами фармацевтичного підприємства / Т. В. Шабельник // II Міжнародна науково – практична конференція "Україна – Чорногорія: економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці". – Чорногорія, 2013. – С. 188–191.

4. Шабельник Т. В. Особливості бізнес-процесу «управління транспортуванням фармацевтичних товарів» / Т. В. Шабельник // Матеріали XIX Міжнародної науково-методичної конференції «Проблеми економічної кібернетики 2014»: Збірник наук. пр. – Полтава, 2014. – С. 115–117.

5. Shabelnik T. V. Functional model of the business process «Strategic marketing-oriented management dynamic range of pharmaceutical products» / T. V. Shabelnik // Economics, management, law: problems of science and practice: Collection of scientific articles. Vol. 1 – Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2015. – С. 217–220.

Зауваження.

В роботі залишилось недостатньо аргументованим використання у якості CASE-технології для розвитку функціональної моделі бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством

методології IDEF0, обрання якої, на наш погляд, є дискусійним. Вважаємо, що в даному випадку краще було б використати методологію ARIS, яка при рівних з IDEF0 апаратних та функціональних можливостях дає додаткові переваги при моделюванні, наприклад, можливість побудувати регламенти бізнес-процесів кожного з рівнів моделі, або розрахувати додаткову вартість бізнес-процесів у моделі типу VASD.

2.10. Дістав подальшого розвитку концептуальний підхід до формування інформаційної системи підтримки прийняття рішень в маркетингово-орієнтованому управлінні фармацевтичним підприємством (с. 234–254).

Сутність результату. Розвинуто підхід до формування інформаційної системи підтримки прийняття рішень для маркетингово-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, що засновано на інтеграції методів системного аналізу та синтезу, а також використанні ідей теорії інформаційних процесів та систем.

Наукова новизна полягає у подальшому розвитку концептуального підходу до формування інформаційних систем підтримки прийняття рішень в маркетингово-орієнтованому управлінні, реалізація якого дозволяє сформулювати аспекти побудови системи інтегрованої інформаційної служби (SIIS) маркетингово-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством.

Обґрунтованість. В результаті розробки та впровадження системи інтегрованої інформаційної служби до складу інформаційної системи підтримки прийняття рішень в маркетингово-орієнтованому управлінні фармацевтичним підприємством підвищиться ефективність та якість прийняття обґрунтованих управлінських рішень за рахунок удосконалення інформаційного забезпечення та зниження ймовірних помилок при реалізації процесу прийняття рішень.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Спіцина Н. М. Інформаційна послуга з позиції сервісного підходу / Н. М. Спіцина, Т. В. Шабельник // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – Випуск 254; в 6 т. – Т. V. – С. 1137–1148. (особисто автором розроблено класифікацію інформаційних послуг за призначенням, рівнем та стадією створення).

2. Шабельник Т. В. Моделювання системи інформаційного сервісу торговельного підприємства / Т. В. Шабельник, Н. М. Спіцина // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – Випуск 256; в 10 т. – Т. VIII. – С. 1987–1993. (особисто автором розроблено структурно-функціональну модель системи інформаційного сервісу торговельного підприємства).

3. Шабельник Т. В. Моніторинг систем підтримки прийняття фінансових рішень / Т. В. Шабельник // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – Вип. 28. Т.2. – С. 306–313.

4. Шабельник Т. В. Аналіз сучасних інформаційних систем маркетингово-орієнтованого управління / Т. В. Шабельник // Экономическая кибернетика: міжнародний науковий журнал. – Донецьк: ДонНУ, 2012. – № 1–3 (73–75). – С. 86–91.

5. Шабельник Т. В. Захист інформації у системах обробки економічної інформації / Т. В. Шабельник // Іновації і якість вищої освіти: Зб. тез доп. учасн. наук.-метод. конф. ун-ту. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – С. 276–278.

6. Шабельник Т. В. Інформаційне забезпечення системи управління попитом торговельного підприємства / Т. В. Шабельник // Інформаційні системи та технології управління: матеріали Міжнар. Інтернет-конф. / редкол.: Шубін О. О. та ін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – С. 51–54.

7. Шабельник Т. В. Реалізація задач планування оптимального розподілу ресурсів засобами пакета Microsoft Excel. / Т. В. Шабельник // Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Сучасні тенденції розвитку математики та її прикладні аспекти – 2012». – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – С. 357–359.

8. Шабельник Т. В. Автоматизація бізнес-процесів аптечної мережі / Т. В. Шабельник // Інформаційні системи та технології управління: матеріали III Міжнар. Інтернет-конф. / редкол.: Шубін О. О. та ін. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – С. 72–74.

9. Шабельник Т. В. Структурні елементи маркетинго-орієнтованої інформаційної системи / Т. В. Шабельник // Іновації і якість вищої освіти: Зб. тез доп. учасн. наук.-метод. конф. ун-ту. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – С. 252 – 253.

10. Шабельник Т. В. Використання інструментів MS EXCEL «Поиск решения» та «Подбор параметра» у розрахунках / Т. В. Шабельник // Іновації і якість вищої освіти: тези доповідей сучасн. наук.-метод. конф. – Данецьк : ДонНУЕТ, 2013. – С. 277–279.

Зауваження.

У схемі концептуального підходу до формування інформаційної системи підтримки прийняття рішень в маркетинго-орієнтованому управлінні фармацевтичним підприємством (рис. 4.9, с. 238) не знайшли відображення такі підсистеми як ергономічна та логістична.

2.11. Дістала подальшого розвитку інфологічна модель інформаційної системи підтримки прийняття рішень в маркетингово-орієнтованому управлінні фармацевтичним підприємством (с. 255–273).

Сутність результату. Розвинуто підхід щодо покращення функціонування інформаційної складової маркетингово-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством шляхом побудови інфологічної моделі інформаційної системи підтримки прийняття рішень, яка ґрунтується на методології теорії проектування інформаційних систем та положеннях теорії прийняття рішень.

Наукова новизна полягає у подальшому розвитку інфологічної моделі інформаційної системи підтримки прийняття рішень стосовно маркетингово-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, використання якої за рахунок підвищення рівня обґрунтованості та оперативності розробки управлінських рішень сприяє збільшенню прибутковості діяльності фармацевтичного підприємства.

Обґрунтованість. Результат підтверджено теоретичним та практичними застосуванням інфологічної моделі інформаційної системи підтримки прийняття рішень в маркетингово-орієнтованому управлінні корпоративної інформаційної системи, оновленням її бази даних в режимі реального часу та формуванням можливості підвищення ефективності управління організацією за рахунок зниження величини грошових засобів, що іммобілізуються на реалізацію операційних бізнес-процесів.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Инфологическая модель базы данных маркетинго-ориентированного управления фармацевтическим предприятием / Т. В. Шабельник // Современный научный вестник. – Белгород: ООО «Руснаучкнига», 2015. – №4 (251). – С.42–48.

2. Шабельник Т. В. Інформаційне забезпечення системи управління попитом торговельного підприємства / Т. В. Шабельник // Інформаційні системи та технології управління: матеріали Міжнар. Інтернет-конф. / редкол.: Шубін О. О. та ін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – С. 51–54.

Зауважень немає.

2.12. Дістав подальшого розвитку метод інформаційної підтримки оцінки економічного ефекту від впровадження концепції моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством (с. 310–326).

Сутність результату. Запропоновано метод інформаційної підтримки оцінки економічного ефекту від впровадження концепції моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, в основу якого покладено ідеї теорії прийняття рішень та концепцію управління проектами.

Наукова новизна полягає у подальшому розвитку методу інформаційної підтримки оцінки економічного ефекту від впровадження концепції моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством, реалізація якого дозволяє визначити ефективність процесів реалізації динамічного асортименту фармацевтичних товарів, поповнення запасів та зробити оцінку витрат на розробку та експлуатацію моделей.

Обґрунтованість. Метод інформаційної підтримки для оцінки економічного ефекту від впровадження концепції моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством визначає опис та структуру вхідних та розрахункових даних та враховує вплив факторів попиту для формування потенційних можливостей підвищення ефективності фармацевтичного підприємства.

Повнота викладу в опублікованих працях:

1. Шабельник Т. В. Реалізація моделей оцінки ефективності ВЕС в умовах впливу факторів сезонності / Т.В. Шабельник. // Торгівля і ринок України: Тематичний збірник наукових праць. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006.- Вип. 21. Т.1.- С. 231-235.

2. Шабельник Т.В. Інформаційна підтримка методів визначення

економічної ефективності торговельного підприємства / Т.В. Шабельник, Н.М. Спіцина // Вісник ДонНУЕТ. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. №4(60). – С 122 – 129. (особисто автором розроблено методику інформаційної підтримки процесів розрахунку економічної ефективності процесів реалізації на торговельних підприємствах).

3. Шабельник Т.В. Інформаційне забезпечення системи управління попитом торговельного підприємства / Т.В. Шабельник // Інформаційні системи та технології управління: матеріали Міжнар. Інтернет-конф. / редкол.: Шубін О.О. та ін. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – С. 51-54.

Зауважень немає.

Крім того, треба відмітити, що по всьому тексту роботи є дрібні орфографічні та синтаксичні помилки, змістовні неточності (наприклад, принципи моделювання подані у підрозділі 2.2, а автор на с. 124 вказує, що у підрозділі 2.3).

3. Теоретична цінність та практична значущість наукових результатів.

Теоретична цінність роботи обумовлена розробленими концептуальними положеннями щодо моделювання бізнес-процесів маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством.

Прикладна цінність роботи обумовлена тим, що розроблена концепція, методи та моделі маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством є універсальними та придатними для використання системою управління будь-яких фармацевтичних та торговельних підприємств України.

Теоретичні та методологічні положення дисертаційної роботи використані при формуванні системи маркетинго-орієнтованого управління на фармацевтичних підприємствах. Основні результати дослідження впроваджено на ПАТ «Фітофарм» (м. Бахмут), підтверджений актом економічний ефект склав 1708,52 тис. грн., на ТОВ «Медсервіс» (м. Маріуполь, довідка № 2514/2 від 25.03.16), на ТОВ «Еліттехмедсервіс» (м. Маріуполь довідка № 1281 від 21.04.16), на МПП «Здоров'я» (м. Маріуполь, довідка від 12.05.16), на «КП Міська комунальна аптека» (м. Маріуполь, довідка № 386 від 18.03.16), в Управлінні охорони здоров'я Маріупольської міської ради (м. Маріуполь, довідка № 02-25/156 від 29.04.16).

Наукові результати дисертації використані у навчально-методичній роботі ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» кафедри економічної кібернетики під час розробки навчальних і робочих програм за курсами «Прикладні задачі моделювання економічних процесів», «Системи підтримки прийняття рішень», «Математичні моделі в менеджменті та маркетингу» (довідка № 45-15/49 від 12.05.2016 р.).

4. Аналіз публікацій та повноти відображення результатів у авторефераті.

Основні результати дисертаційної роботи опубліковано у 39 основних наукових працях (57 друк. арк.), серед них – 1 одноосібна монографія,

1 монографія у співавторстві, 20 статей у наукових фахових виданнях, серед них – 17 одноосібних, 4 статті у зарубіжних наукових виданнях, 13 тез та матеріалів конференцій.

Наукові публікації вичерпно розкривають проблеми дисертаційної роботи, містять нові ідеї, гіпотези, аргументовані пропозиції. Результати дисертації пройшли апробацію на наукових конференціях різних рівнів.

Автореферат відповідає змісту дисертації і достатньо повно розкриває її основні положення.

5. Висновки.

Дисертація являє собою завершену наукову роботу, в якій розв'язується важлива для економічної науки проблема розробки методології економіко-математичного моделювання маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством.

Робота має практичну значимість. Основні результати дослідження пройшли апробацію на конференціях, пріоритетність результатів підтверджено достатньою кількістю публікацій у відкритому друці. Зазначені зауваження не знижують наукову та практичну цінність дослідження.

Загальна оцінка дисертаційної роботи «Моделі маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством» позитивна. Дисертація відповідає вимогам МОН України щодо докторських дисертацій за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці.

Автор дисертації Шабельник Тетяна Володимирівна заслуговує присудження наукового ступеня доктора економічних наук.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри банківської справи
Дніпропетровського національного
університету імені Олеся Гончара
Міністерства освіти і науки України



І. Є. Семенча

Підпис проф. Семенчи І.Є.

засвідчую

Вчений секретар



В. В. Лобода